

# 大学生の SNS 利用行為と心理的影響の関係性の検討

## Research of the Relationship between SNS Usage Behaviors and Psychological Effects of University Students

江 薇沁 (Weiqin Jiang) 指導：向後 千春

### 1. 背景と目的

SNSとは、Social Networking Service (ソーシャル・ネットワーク・サービス) の略で、世界中で人気が高まり、特に近年主流に使われているSNSの種類と割合は大きな変化が見られる。本研究は、SNSの利用行為の特徴、またその使用に関連する依存傾向、満足度の心理的影響との関係はどのようなものなのかを明らかにすることを目的とした。

### 2. 方法

本研究は大学生を対象に、SNSの利用に関する質問紙調査を2回行った。

1回目の調査は2018年1月16日に授業直後の教室内に個別配布個別回収形式で実施された。謝礼は提示しなかった。有効回答者は190名であった(男性91名、女性97名、非公開2名)。2回目の調査は2018年7月17日に実施された。駄菓子で謝礼として与えた。有効回答者は175名であった(男性92名、女性82名、非公開1名)。

### 3. 結果と考察

#### 3.1. SNS利用行動による利用者のパターンの比較

まずは、利用者のTwitter, LINE, Instagram 3つのSNSに対する利用行動についてクラスタ分析した結果、4つのクラスタに分類された。クラスタ1がTwitter とInstagramでの「見る行動」頻度が高く、LINEでは「発信的な行動」頻度が高いように、同一利用者は異なるSNSに対する利用行動は違うことが明らかになった。

その次、Twitter, LINE, Instagram 3つのSNS内の利用行動によるに対する利用者類型をクラスタ分析した。TwitterとInstagramの利用者は同じく「高頻度利用者群」「『読むだけ』の利用者群」「見る行動中心利用者群」「非利用者群」4つのクラスタに分類された。さらに多重比較により各クラスタの利用行動の違いを検討した結果、「いいね!をする」の利用行動に対して、Twitterにおいて「高頻度利用者群」は「見る行動中心利用者群」より5%水準で有意に高い一方、Instagramにおいて「高頻度利用者群」と「見る行動中心利用者群」の間に有意な差はなかった。また、LINEの利用者はTwitterとInstagramと違い、「発信的な行動中心利用者群」「見る行動中心利用者群」「高頻度利用者群」「会話的な行動中心利用者群」4つのクラスタに分類された。

#### 3.2. SNS利用行動とSNS依存傾向の関係

Twitterに対する分散分析の結果、利用行動すべての項目において有意な差が見られた。依存傾向が高い人ほどTwitterの利用頻度が高いと考えられる。

LINEに対する分散分析の結果、「読むだけ」項目のみは有意な差が見られなかった。また「グループ会話に参加する」は他の項目と違い、高群より中群の平均値が高かったため、さらに多重比較した結果、「低群<高群=中群」であり、高群と中群の間に有意差が見られなかった。以上の結果から、依存傾向の強弱はLINEの「読むだけ」行動の頻度に影響がない、また依存傾向が高い人ほど発信的な行動や会話的な行動頻度が高いと考えられる。

Instagramに対する分散分析の結果、「読むだけ」「いいね!をする」「写真や動画を投稿する」「文章を投稿する」において有意な差が見られた。また、高群より中群の平均値が高かった「文章を投稿する」と「いいね!をする」について多重比較を行なった結果、高群と中群の間に有意差が見られなかった。以上の結果から、依存傾向の強弱はInstagramの依存傾向の強弱は会話的な行動頻度に影響がない、また依存傾向が高い人ほど見る行動や発信的な行動頻度が高いと考えられる。

#### 3.3. SNS満足度がSNS依存傾向に与える影響

SNS依存傾向短縮版は1因子6項目であり、 $\alpha=.84$ 信頼性の検証として十分な値が得られ、オリジナル尺度と同様の測定機能を有していると考えられる。SNS満足度尺度はSNSから得られる効用尺度(小寺, 2009)の短縮版であり、確認的因子分析した結果「既存関係の強化」「知識・情報の獲得」「新たな出会い」の3因子構造が確認された。

SNS満足度尺度の3つの因子すべてがSNS依存傾向尺度に影響を及ぼすことを仮定して共分散構造によるパス解析を行った結果、「既存関係の強化」はSNS依存傾向に対して中程度の正の有意な影響( $\beta=.49, p<.05$ )が示された。SNSを利用する際に、「既存関係の強化」の満足感が高い人は、SNSに依存する傾向が強いと考えられる。

### 引用文献

小寺敦之 (2009). 若者のコミュニケーション空間の展開：SNS『mixi』の利用と満足、および携帯メール利用との関連性 情報通信学会誌, 27 (2), 55-66.